



TRAINING CENTER
ANETA SZURA

★★★★★ 4,9 / 5

696 ocen

Szkolenie - Specjalista ds. Marketingu. Warsztaty praktyczne rozwijania zielonych kompetencji (kwalifikacje)

Numer usługi 2026/05/03/153745/3531944

📍 Sosnowiec

🏠 Usługa szkoleniowa

📅 stacjonarna

🕒 20:00 h

📅 12.12.2026 do 13.12.2026

6 457,50 PLN brutto

5 250,00 PLN netto

322,88 PLN brutto/h

262,50 PLN netto/h

226,67 PLN cena rynkowa ⓘ

Informacje podstawowe

| Kategoria | Styl życia / Uroda |
|--|---|
| Grupa docelowa usługi | <p>Szkolenie skierowane jest do osób, które chcą rozwijać kompetencje cyfrowe i zielone w obszarze marketingu, komunikacji i zarządzania środowiskowego. W szczególności dla:</p> <ul style="list-style-type: none">osób rozpoczynających karierę w sektorach kreatywnych, technologicznych lub usługowych,pracowników firm i organizacji chcących wdrażać strategie komunikacji zgodne z zasadami zrównoważonego rozwoju,przedsiębiorców i freelancerów planujących promować produkty i usługi w sposób niskoemisyjny i zasobooszczędny, |
| Minimalna liczba uczestników | 1 |
| Maksymalna liczba uczestników | 6 |
| Data zakończenia rekrutacji | 11-12-2026 |
| Forma prowadzenia usługi | stacjonarna |
| Liczba godzin usługi | 20 |
| Podstawa uzyskania wpisu do BUR | Standard Usług Szkoleniowo– Rozwojowych PIFS SUS 3.0 |

Cel

Cel edukacyjny

Usługa przygotowuje uczestnika do planowania, realizacji i analizy działań marketingowych zgodnych z zasadami zrównoważonego rozwoju. Uczestnik nauczy się projektować kampanie o obniżonym śladzie węglowym, mierzyć ich wpływ na zachowania konsumentów, budować autentyczną komunikację marki oraz wykorzystywać narzędzia cyfrowe i AI w sposób etyczny i zasobooszczędny, wspierający zieloną transformację.

Efekty uczenia się oraz kryteria weryfikacji ich osiągnięcia i Metody walidacji

| Efekty uczenia się | Kryteria weryfikacji | Metoda walidacji |
|--|---|---|
| Rozróżnia działania marketingowe wspierające model gospodarki o obiegu zamkniętym w handlu elektronicznym (e-commerce) | Wyjaśnia różnicę między promocją produktów jednorazowych a kampaniami edukacyjnymi dotyczącymi recyklingu | Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie |
| | Opisuje programy zwrotu produktów jako narzędzie marketingowe w gospodarce o obiegu zamkniętym | Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie |
| Charakteryzuje metody projektowania kampanii medialnych z uwzględnieniem śladu węglowego | Wyjaśnia znaczenie certyfikacji zielonej w doborze kanałów cyfrowych | Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie |
| | Opisuje zasady doboru papieru z certyfikatem FSC i optymalizacji plików | Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie |
| Klasyfikuje narzędzia analityczne do pomiaru wpływu kampanii na zmianę zachowań ekologicznych | Wyjaśnia rolę analizy sentymentu w mediach społecznościowych | Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie |
| | Opisuje metodologię badań świadomości ekologicznej przed i po kampanii | Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie |
| Wyjaśnia elementy strategii konkurencyjnej marki zrównoważonej na rynku produktów ekologicznych | Charakteryzuje znaczenie autentyczności i wartości marki w pozycjonowaniu | Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie |
| | Opisuje wpływ łańcucha dostaw i edukacji konsumentów na pozycję konkurencyjną | Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie |
| Projektuje kampanie medialne minimalizujące ślad węglowy poprzez wybór kanałów i materiałów ekologicznych | Dobiera kanały cyfrowe z certyfikatami zielonymi i optymalizuje rozmiary plików | Analiza dowodów i deklaracji |
| | Wskazuje dostawców energii odnawialnej i papieru certyfikowanego FSC do kampanii | Analiza dowodów i deklaracji |

| Efekty uczenia się | Kryteria weryfikacji | Metoda walidacji |
|---|---|---|
| Mierzy i raportuje wpływ kampanii marketingowych na świadomość ekologiczną oraz zachowania konsumentów | Analizuje wskaźniki zmian świadomości ekologicznej oraz zachowań konsumentów przed i po kampanii | Analiza dowodów i deklaracji |
| | Raportuje dane o emisjach CO2, odpadach i zużyciu zasobów naturalnych w kampaniach | Analiza dowodów i deklaracji |
| Buduje pozycjonowanie marki oparte na autentycznym zaangażowaniu w zrównoważony rozwój i transparentności | Opracowuje strategie pozycjonowania marki uwzględniające rzeczywiste działania proekologiczne i innowacje | Analiza dowodów i deklaracji |
| | Tworzy komunikaty marketingowe edukujące konsumentów o wpływie decyzji zakupowych na środowisko | Analiza dowodów i deklaracji |
| | <p>Opowiada rzeczywiste historie o wyzwaniach, rozwiązaniach i sukcesach w gospodarce o obiegu zamkniętym</p> <p>Integruje w narracji uczestników transformacji, pracowników, partnerów oraz wpływ na konsumentów</p> | <p>Analiza dowodów i deklaracji</p> <p>Analiza dowodów i deklaracji</p> |
| Komunikuje się jasno i konstruktywnie na temat strategii zrównoważonego rozwoju oraz transformacji ekologicznej | Wyjaśnia złożone zagadnienia ekologiczne w prosty i zrozumiały sposób dla różnych grup odbiorców | Analiza dowodów i deklaracji |
| | Argumentuje stanowisko dotyczące wpływu działań marketingowych na środowisko naturalne | Analiza dowodów i deklaracji |
| | Promuje zasady etyczne w działaniach marketingowych i zrównoważony rozwój | Analiza dowodów i deklaracji |
| Wspiera zespół w budowaniu kultury autentyczności i odpowiedzialności za wpływ kampanii na otoczenie | Wspiera kolegów w identyfikacji i eliminacji praktyk greenwashingu z kampanii | Analiza dowodów i deklaracji |
| Ocenia efektywność działań marketingowych pod względem osiągnięcia celów biznesowych i ekologicznych | Analizuje wyniki kampanii w kontekście wpływu na świadomość i zachowania konsumentów | Analiza dowodów i deklaracji |
| | Identyfikuje obszary usprawnienia i proponuje działania zmniejszające negatywny wpływ na środowisko | Analiza dowodów i deklaracji |

| Efekty uczenia się | Kryteria weryfikacji | Metoda walidacji |
|--|---|------------------------------|
| Radzi sobie z wyzwaniami wynikającymi z konfliktu między celami biznesowymi a zobowiązaniami ekologicznymi organizacji | Proponuje rozwiązania równoważące cele handlowe z rzeczywistą realizacją zobowiązań ekologicznych | Analiza dowodów i deklaracji |
| | Komunikuje ograniczenia i niedobory w realizacji strategii zrównoważonego rozwoju w kampaniach | Analiza dowodów i deklaracji |

Kwalifikacje

Kwalifikacje niewłączone do ZSK

Uznane kwalifikacje

Pytanie 3. Czy dokument jest certyfikatem wydawanym przez międzynarodowe instytucje?

TAK

Strona internetowa Instytucji Certyfikującej: <https://standardgccs.com/qualifications/>

Strona internetowa Instytucji Walidującej: <https://icvc.eu/>

Informacje

| | |
|---------------------------------------|------------------------------|
| Nazwa Podmiotu prowadzącego walidację | ICVC Certyfikacja Sp. z o.o. |
| Nazwa Podmiotu certyfikującego | Talent Odyssey Ltd |

Program

Cel edukacyjny:

Usługa przygotowuje uczestnika do planowania, realizacji i analizy działań marketingowych zgodnych z zasadami zrównoważonego rozwoju. Uczestnik nauczy się projektować kampanie o obniżonym śladzie węglowym, mierzyć ich wpływ na zachowania konsumentów, budować autentyczną komunikację marki oraz wykorzystywać narzędzia cyfrowe i AI w sposób etyczny i zasobooszczędny, wspierający zieloną transformację.

Szkolenie skierowane jest dla:

Szkolenie skierowane jest do osób, które chcą rozwijać kompetencje cyfrowe i zielone w obszarze marketingu, komunikacji i zarządzania środowiskowego. W szczególności dla:

- osób rozpoczynających karierę w sektorach kreatywnych, technologicznych lub usługowych,
- pracowników firm i organizacji chcących wdrażać strategie komunikacji zgodne z zasadami zrównoważonego rozwoju,
- przedsiębiorców i freelancerów planujących promować produkty i usługi w sposób niskoemisyjny i zasobooszczędny,

Działania ułatwiające osiągnięcie celu usługi:

- zapoznanie się z ogólnodostępną literaturą i artykułami popularnonaukowymi z zakresu zmian dotyczących ochrony środowiska oraz z informacjami dotyczącymi marketingu

Opis warunków organizacyjnych:

Organizator szkolenia zapewni w pełni wyposażoną, komfortową i bezpieczną salę szkoleniową, dostosowaną do liczby uczestników oraz charakteru zajęć. Sala spełnia wymogi ergonomiczne, BHP i sanitarne, a także jest wyposażona w niezbędny sprzęt multimedialny umożliwiający realizację części teoretycznej i praktycznej szkolenia.

Zajęcia odbywają się w kameralnych grupach maksymalnie **6-osobowych**, co zapewnia indywidualne podejście do każdej uczestniczki oraz efektywną realizację zadań praktycznych. Każda uczestniczka ma zapewnione własne stanowisko pracy, wyposażone zgodnie z tematyką szkolenia. W trakcie zajęć uczestniczki pracują na **własnym laptopie, tablecie lub smartfonie**, korzystając z narzędzi cyfrowych. Harmonogram szkolenia może ulegać nieznacznym przesunięciom czasowym w zależności od tempa pracy uczestniczek, tak aby umożliwić pełną realizację ćwiczeń praktycznych. Szkolenie prowadzone jest w duchu zrównoważonego rozwoju – z poszanowaniem zasad efektywnego wykorzystania zasobów, ograniczenia zużycia energii oraz tworzenia przyjaznej i inkluzywnej przestrzeni do nauki.

Forma zajęć: Zajęcia warsztatowe stacjonarne z elementami wykładu interaktywnego i pracy projektowej. Stosowane metody: mini-wykład, ćwiczenia indywidualne i grupowe, analiza przypadków, symulacje, tworzenie projektów w narzędziach cyfrowych.

Moduł I (część teoretyczna)

Podstawy marketingu cyfrowego i zrównoważonego

- podstawowe pojęcia marketingu (digital, social media, AI)
- rola marketingu w gospodarce o obiegu zamkniętym
- zachowania konsumentów a świadomość ekologiczna
- etyka w marketingu i przeciwdziałanie greenwashingowi
- zasady bezpieczeństwa danych i komunikacji

Narzędzia i kanały marketingowe

- przegląd kanałów (social media, e-commerce, kampanie digital)
- różnice między kanałami tradycyjnymi i cyfrowymi
- wpływ działań marketingowych na środowisko
- znaczenie certyfikowanych dostawców i rozwiązań
- optymalizacja treści i zasobów cyfrowych

Moduł II (część teoretyczna)

Zrównoważony rozwój i GOZ w marketingu

- zasady gospodarki o obiegu zamkniętym w marketingu
- kampanie edukacyjne vs sprzedażowe
- ślad węglowy działań marketingowych
- wpływ mediów i reklamy na środowisko
- zasada 6R w działaniach marketingowych
- rola marketingu w zielonej transformacji

Moduł III (część praktyczna)

Planowanie działań marketingowych

- przygotowanie strategii kampanii
- dobór kanałów komunikacji
- planowanie treści i harmonogramu
- optymalizacja zasobów (czas, budżet, materiały)
- organizacja pracy zespołu marketingowego

(Przerwa)

Moduł IV (część praktyczna)

Tworzenie kampanii marketingowych

- analiza grupy docelowej
- dobór narzędzi i komunikatów
- tworzenie treści (posty, reklamy, komunikaty)
- wykorzystanie AI w marketingu
- optymalizacja kampanii pod kątem efektywności i ekologii

Komunikacja i odbiorca

- prowadzenie komunikacji w social media
- budowanie relacji z odbiorcą
- edukacja konsumenta w zakresie ekologii
- jasne i zrozumiałe przekazy marketingowe

Moduł V (część teoretyczna)

Strategia marki i pozycjonowanie

- budowanie marki zrównoważonej
- autentyczność i transparentność
- przewaga konkurencyjna w sektorze eco
- wpływ łańcucha dostaw na komunikację

Analiza i mierzenie efektów

- wskaźniki efektywności kampanii
- analiza sentymentu w mediach społecznościowych
- badanie świadomości ekologicznej
- raportowanie wpływu kampanii

Moduł VI (część praktyczna)

Zarządzanie zasobami i optymalizacja kampanii

- optymalizacja budżetu i materiałów
- ograniczanie śladu węglowego kampanii
- dobór ekologicznych narzędzi i dostawców
- analiza danych i wprowadzanie usprawnień
- raportowanie wyników i wpływu środowiskowego

(Przerwa)

Moduł VII (część praktyczna)

Realizacja kampanii marketingowej

- przygotowanie i wdrożenie kampanii
- dobór narzędzi i kanałów
- dostosowanie komunikacji do odbiorcy
- monitorowanie efektów kampanii

Dokumentacja i ewaluacja

- przygotowanie raportu kampanii
- analiza wyników i wniosków
- ocena skuteczności działań marketingowych
- rekomendacje dalszych działań

Egzamin - walidacja

Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie, analiza dowodów i deklaracji Szkolenie kończy się walidacją przeprowadzoną przez walidatora z ICVC. Certyfikat wydany przez jednostkę uprawnioną do certyfikacji, tj. Talent Odyssey Ltd, co potwierdzi zdobycie wymaganych kwalifikacji.

Szkolenie prowadzi do nabycia kwalifikacji zawodowej: „SPECJALISTA DS. MARKETINGU”

Walidacja przeprowadzona zostanie z zapewnieniem rozdzielności funkcji procesów kształcenia i szkolenia od procesu walidacji – realizacja obu procesów przeprowadzona przez dwie różne osoby.

Certyfikat jest wydawany osobom, które zdały Egzamin ICVC weryfikujący ich kwalifikacje do wykonywania zawodu Szkolenie prowadzi do nabycia kwalifikacji zawodowej: "SPECJALISTA DS. MARKETINGU"

Szkolenie prowadzi do nabycia umiejętności powiązanych z transformacją rynku pracy w kierunku zielonej gospodarki usługowej. W sektorze marketingu oznacza to projektowanie i realizację działań komunikacyjnych ograniczających negatywny wpływ na środowisko oraz zgodnych z zasadami zrównoważonego rozwoju.

Kompetencje zdobywane podczas szkolenia przyczyniają się do tworzenia zielonych miejsc pracy poprzez:

- projektowanie kampanii marketingowych z wykorzystaniem narzędzi cyfrowych i AI w sposób ograniczający zużycie energii i zasobów,
- dobór kanałów i materiałów komunikacyjnych minimalizujących ślad węglowy,
- stosowanie praktyk optymalizacji treści i zasobów (recykling treści, ograniczanie danych),
- analizę i raportowanie wpływu kampanii na środowisko oraz świadomość ekologiczną konsumentów.

Szkolenie wpisuje się w Program Rozwoju Technologii Województwa Śląskiego 2019–2030 (PRT) w następujących obszarach :

Technologie dla ochrony środowiska:

-3.3 Technologie gospodarowania odpadami

-3.6 Zarządzanie środowiskiem

Usługa ma charakter stacjonarny - 20 h dydaktyczne

Usługa szkoleniowa odbywa się w jednostkach dydaktycznych.

1 godzina usługi = 45 minut dydaktycznych

Usługa składa się z części teoretycznej (4 h zegarowych), części praktycznej (9,5 h zegarowych), przerwa (1 h zegarowych), walidacja (0,5h zegarowa)które są wliczane do procesu kształcenia.

Harmonogram

Liczba pozycji harmonogramu: 10

| Przedmiot / temat | Prowadzący | Data realizacji zajęć | Godzina rozpoczęcia | Godzina zakończenia | Liczba godzin |
|-------------------|----------------------------------|-----------------------|---------------------|---------------------|---------------|
| 1 z 10 Moduł I | MONIKA JOCHYMEK- BOROŃCZYK | 12-12-2026 | 09:00 | 10:00 | 01:00 |
| 2 z 10 Moduł II | MONIKA JOCHYMEK- BOROŃCZYK | 12-12-2026 | 10:00 | 11:00 | 01:00 |
| 3 z 10 Moduł III | MONIKA JOCHYMEK- BOROŃCZYK | 12-12-2026 | 11:00 | 13:00 | 02:00 |
| 4 z 10 Przerwa | MONIKA JOCHYMEK- BOROŃCZYK | 12-12-2026 | 13:00 | 13:30 | 00:30 |
| 5 z 10 Moduł IV | - | 12-12-2026 | 13:30 | 17:00 | 03:30 |
| 6 z 10 Moduł V | MONIKA JOCHYMEK- BOROŃCZYK | 13-12-2026 | 09:00 | 11:00 | 02:00 |
| 7 z 10 Moduł VI | MONIKA JOCHYMEK- BOROŃCZYK | 13-12-2026 | 11:00 | 13:30 | 02:30 |

| Przedmiot / temat | Prowadzący | Data realizacji zajęć | Godzina rozpoczęcia | Godzina zakończenia | Liczba godzin |
|--|----------------------------------|-----------------------|---------------------|---------------------|---------------|
| 8 z 10 Przerwa | MONIKA JOCHYMEK- BOROŃCZYK | 13-12-2026 | 13:30 | 14:00 | 00:30 |
| 9 z 10 Moduł VII | MONIKA JOCHYMEK- BOROŃCZYK | 13-12-2026 | 14:00 | 15:30 | 01:30 |
| 10 z 10 Walidacja: Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie, Analiza dowodów i deklaracji | - | 13-12-2026 | 15:30 | 16:00 | 00:30 |

Cennik

Jeżeli korzystasz z dofinansowania w wysokości co najmniej 70% przysługuje Tobie zwolnienie z podatku VAT

Cennik

| Rodzaj ceny | Cena |
|---|--------------|
| Koszt przypadający na 1 uczestnika brutto | 6 457,50 PLN |
| Koszt przypadający na 1 uczestnika netto | 5 250,00 PLN |
| Koszt osobogodziny brutto | 322,88 PLN |
| Koszt osobogodziny netto | 262,50 PLN |
| W tym koszt walidacji brutto | 246,00 PLN |
| W tym koszt walidacji netto | 200,00 PLN |
| W tym koszt certyfikowania brutto | 246,00 PLN |
| W tym koszt certyfikowania netto | 200,00 PLN |

Prowadzący

Liczba prowadzących: 1



1 z 1

MONIKA JOCHYMEK-BOROŃCZYK

Od lat związana z marketingiem – najpierw jako specjalistka działająca w strukturach różnych firm, dziś jako właścicielka agencji marketingowej wspierającej lokalne biznesy w działaniach offline i online. Monika nie tylko realizuje zlecenia, ale przede wszystkim edukuje – pokazuje, że marketing może być prosty, zrozumiały i skuteczny, nawet dla jednoosobowych działalności.

Jej hasło przewodnie „Uczę marketingu w prosty i zrozumiały sposób” to nie pusty slogan, a realna praktyka. Prowadzi szkolenia, warsztaty i spotkania dla przedsiębiorców, podczas których dzieli się wiedzą w sposób przystępny, konkretny i pełen energii. W 2024 i 2025 organizowała autorskie szkolenie dla firm działających lokalnie. Organizatorko, inicjatorka i prelegentka konferencji/spotkań takich jak „Rozwiń skrzydła”, „Marketing z lekkością”, „Biznes Babki” – każda z nich skupiała się na wspieraniu przedsiębiorców w budowaniu świadomej, spójnej komunikacji.

Jako trener i praktyk kluczową uwagę przykładła do ochrony środowiska, zrównoważonego rozwoju, bezpiecznych i higienicznych warunków pracy. Posiada właściwe kompetencje z zakresu ochrony środowiska:

- sierpień 2025 - "Gospodarka obiegu zamkniętego w MŚP"

- październik 2025 - "Efektywność energetyczna w MŚP"

Nieustannie podnosi swoje kwalifikacje, uczestnicząc w kursach, szkoleniach i branżowych wydarzeniach:

- luty 2025 - solo video

- luty 2025 - Media społecznościowe w biznesie

- luty 2025 - Techniki sprzedaży

Informacje dodatkowe

Informacje o materiałach dla uczestników usługi

Organizator zapewnia wszelkie materiały szkoleniowe i dydaktyczne niezbędne do realizacji części teoretycznej i praktycznej szkolenia min.: skrypt w formie papierowej

Warunki uczestnictwa

Uczestniczka zobowiązana jest do zapewnienia we własnym zakresie laptopa, tabletu lub telefonu z ładowarką oraz dostępem do internetu oraz zainstalowanymi programami oraz być zarejestrowanym w Canvie, CapCut, Copilot .

Dostawca usługi zapewnia realizację usługi rozwojowej uwzględniając potrzeby osób ze szczególnymi potrzebami funkcjonalnymi, zgodnie ze Standardami dostępności dla polityki spójności 2021-2027. Zatem uczestnik powinien na co najmniej 7 dni kalendarzowych przed terminem rozpoczęcia realizacji usługi zgłosić Organizatorowi dodatkowe wymagania / szczególne potrzeby umożliwiające mu udział w usłudze.

Przed zapisem na usługę konieczny jest kontakt telefoniczny uczestnika z dostawcą usług w celu sprawdzenia dostępności miejsca we wskazanym terminie:

tel.: 579 491 857

579 490 322

Informacje dodatkowe

Efekty uczenia się, kryteria ich weryfikacji oraz metody walidacji wynikają bezpośrednio ze specyfikacji kwalifikacji międzynarodowej i nie mogą być modyfikowane przez Dostawcę Usługi.

Uczestnicy przyjmują do wiadomości, że usługa może być poddana monitoringowi z ramienia Operatora lub PARP i wyrażają na to zgodę. **Uczestnik ma obowiązek zapisania się na usługę przez BUR co najmniej na 1 dzień przed rozpoczęciem realizacji usługi.**

Podstawa zwolnienia z VAT:

1) art. 43 ust. 1 pkt 29 lit. c Ustawy z dnia 11 marca 2024 o podatku od towarów i usług - w przypadku dofinansowania w wysokości 100%

2) § 3 ust. 1 pkt. 14 Rozporządzenia Ministra Finansów z dnia 20 grudnia 2013 r. w sprawie zwolnień od podatku od towarów i usług oraz warunków stosowania tych zwolnień - **jeśli uczestnik korzysta z dofinansowania w wysokości co najmniej 70% przysługuje zwolnienie z podatku VAT**

3) W przypadku braku uzyskania dofinansowania lub uzyskania dofinansowania poniżej 70%, do ceny usługi należy doliczyć 23% VAT

Adres

Sosnowiec 12/4
41-200 Sosnowiec
woj. lubelskie

Udogodnienia w miejscu realizacji usługi

- Wi-fi
- Miejsce szkolenia spełnia bezpieczne i higieniczne warunki pracy dla instruktora i uczestników.

Kontakt



ANETA SZURA

E-mail training.center.szkolenia@gmail.com

Telefon (+48) 579 491 857